

**PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS
PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN
JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB**



SKRIPSI

Diajukan Sebagai Salah Satu Syarat Untuk Menyelesaikan Program Sarjana (S1)
Pada Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis
Universitas Muhammadiyah Surakarta

Disusun oleh :

BARUNA AJI
NIM. B 100160140

**PROGRAM STUDI MANAJEMEN
FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA
2020**

HALAMAN PENGESAHAN

Yang bertanda tangan dibawah ini telah membaca skripsi dengan judul:
**“PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN
TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI
ONLINE GRAB”.**

Yang ditulis dan disusun oleh:

BARUNA AJI

B100160140

Penandatanganan berpendapat bahwa Skripsi tersebut telah memenuhi syarat untuk diterima.

Surakarta, 02 Mei 2020

Pembimbing



(Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D)

Mengetahui

Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis

Universitas Muhammadiyah Surakarta



(Dr. H. Syamsudin, S.E., M.M.)



UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SURAKARTA

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS

Jl. A. Yani Tromol Pos 1 Pabelan Kartosuro Telp. (0271) 717417 Surakarta – 57102

PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : BARUNA AJI

NIM : B100160140

Jurusan : MANAJEMEN

Judul Skripsi : **PENGARUH HARGA, CITRA MEREK DAN KUALITAS PELAYANAN TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN JASA TRANSPORTASI ONLINE GRAB**

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi yang saya buat dan serahkan ini merupakan hasil karya saya sendiri, kecuali kutipan-kutipan dan ringkasan- ringkasan yang semuanya yang telah saya jelaskan sumbernya. Apabila dikemudian hari terbukti dan atau dapat dibuktikan bahwa skripsi ini hasil jiplakan, maka saya bersedia menerima sanksi apapun dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis atau gelar dan ijazah yang diberikan oleh Universitas Muhammadiyah Surakarta batal saya terima.

Surakarta, 02 Mei 2020

Yang membuat pernyataan,

(BARUNA AJI)

MOTTO

“Man jaddah wajadah, selama kita bersungguh-sungguh, maka kita akan memetik buah yang manis. Segala keputusan hanya ditangan kita sendiri, kita mampu untuk itu” (B.J. Habibie)

“Tuhan mungkin tidak pernah mengabulkan doa kita, tapi Tuhan memberi kita petunjuk dan jalan untuk mendapatkannya” (John Savique Capone)

“Jangan selalu katakan apa yang kau ketahui, tapi selalu ketahui apa yang Kaukatakan” (Claudius)

“Kesopanan adalah pengalaman yang baik bagi keburukan lainnya”
(Cherterfield)

“Bukan kesulitan yang membuat seseorang merasa ketakutan, tapi ketakutanlah yang membuat seseorang merasa kesulitan” (Penulis)

PERSEMBAHAN

Tugas akhir ini atau skripsi ini saya persembahkan untuk :

1. Orang tua saya yaitu Bapak dan Ibu saya yang telah memberikan dukungan dan motivasi kepada saya dalam menyelesaikan skripsi ini.
2. Bapak dan Ibu dosen yang selama ini telah memberi ilmu, bimbingan, dan dukungan dalam pengerjaan tugas akhir ini.
3. Adik saya yang juga ikut memberikan doa untuk kelancaran pengerjaan skripsi ini
4. Sahabat dan orang-orang terdekat saya yang selalu memberikan semangat dan support dalam pengerjaan skripsi ini.
5. Teman-teman seperjuangan dari Fakultas Ekonomi dan Bisnis Program Studi Manajemen angkatan 2016 khususnya kelas D yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu, terimakasih kalian semua telah mengajarkan saya arti sebuah pertemanan.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh harga, citra merek dan kualitas pelayanan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab. Populasi pada penelitian ini adalah seluruh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta yang pernah menggunakan jasa transportasi online Grab. Teknik pengambilan sampel menggunakan *purposive sampling* dengan jumlah sampel sebanyak 100 orang. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner yang telah diuji validitas dan reliabilitasnya. Metode analisis data yang digunakan adalah analisis regresi linier berganda dengan menggunakan beberapa variabel yaitu harga, citra merek, kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan. Hasil analisis data pada penelitian ini menunjukkan bahwa harga, citra merek dan kualitas pelayanan secara parsial berpengaruh positif dan signifikan terhadap kepuasan pelanggan jasa transportasi online Grab.

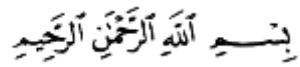
Kata Kunci : Harga, Citra Merek, Kualitas Pelayanan, Kepuasan Pelanggan

ABSTRACT

This study aims to analyze the effect of price, brand image and service quality on customer satisfaction Grab online transportation services. The population in this study were all students of Muhammadiyah University of Surakarta who had used Grab online transportation services. The sampling technique uses purposive sampling with a sample size of 100 people. Data collection techniques using a questionnaire that has been tested for validity and reliability. Data analysis method used is multiple linear regression analysis using several variables, namely price, brand image, service quality and customer satisfaction. The results of data analysis in this study indicate that price, brand image and service quality partially have a positive and significant effect on customer satisfaction of Grab online transportation services.

Keywords : Price, Brand Image, Service Quality, Customer Satisfaction

KATA PENGANTAR



Assalmualaikum Wr. Wb.

Segala puji bagi Allah SWT yang senantiasa melimpahkan segala rahmat, karunia, dan petunjuk-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Harga, Citra Merek dan Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Jasa Transportasi Online Grab”

Skripsi ini disusun untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi (S1) pada program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta. Oleh karena itu dalam kesempatan ini, penulis dengan ketulusan dan kerendahan hati ingin menyampaikan rasa terima kasih kepada semua pihak yang telah dengan ikhlas memberikan masukan dan kontribusi berarti dalam proses penelitian dan penyusunan skripsi ini, antara lain:

1. Dr. H. Sofyan Anif, M.Si selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Surakarta dan segenap pimpinan rektorat Universitas Muhammadiyah Surakarta.
2. Bapak Dr. H. Syamsudin, M.M selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
3. Bapak Imronudin, SE, M.Si, Ph.D selaku Ketua Program Studi Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta.
4. Bapak Drs. Wiyadi, M.M., Ph.D selaku dosen pembimbing yang telah membimbing penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.

5. Bapak Farid Wajdi, MM, PhD, selaku dosen pembimbing akademik yang telah memberikan dukungan dan dorongan kepada penulis dalam membantu menyelesaikan perkuliahan.
6. Seluruh Dosen dan Karyawan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Muhammadiyah Surakarta khususnya Program Studi Manajemen yang rela membimbing serta menularkan ilmu-ilmunya kepada mahasiswa serta telah membantu dalam bidang akademik dan administrasi mahasiswa.
7. Bapak dan Ibu tercinta yang selalu memberikan kasih sayang dan dukungan baik spiritual maupun material serta tak pernah bosan mendoakan dan menasihati demi keberhasilan penulis.
8. Semua pihak yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu namun memiliki arti dalam penyelesaian karya ini. Tanpa bermaksud mengabaikan, hanya keterbatasan ruang dan kekhilafan penulis semata.

Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat kekurangan dan keterbatasan. Untuk itu segala saran dan kritik yang membangun semoga dapat berguna bagi penelitian selanjutnya. Semoga skripsi ini bermanfaat bagi semua pihak yang membutuhkan dan menjadi awal kesuksesan penulis di masa depan. Aamiin.

Surakarta, 24 April 2020

Penulis

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN SKRIPSI.....	iii
MOTTO.....	iv
PERSEMBAHAN	v
ABSTRAK	vi
ABSTRACT.....	vii
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR LAMPIRAN.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	6
C. Tujuan Penelitian.....	6
D. Manfaat Penelitian.....	7
E. Sistematika Penulisan.....	7
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	9
A. Tinjauan Teori	9
1. Kepuasan Pelanggan	9
2. Harga	16
3. Citra Merek	19
4. Kualitas Pelayanan	22
B. Penelitian Terdahulu	23
C. Perumusan Hipotesis	28
D. Kerangka Pemikiran	30
BAB III METODOLOGI PENELITIAN	32
A. Jenis Penelitian	32

	B. Definisi Operasional dan Pengukuran Variabel	32
	C. Data dan Sumber Data.....	34
	D. Metode Pengumpulan Data	35
	E. Desain Pengambilan Sampel	35
	F. Metode Analisis Data	38
BAB IV	HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	46
	A. Analisis Deskriptif.....	46
	1. Responden Berdasarkan Jenis Kelamin	46
	2. Responden Berdasarkan Pendidikan yang ditempuh ...	48
	3. Responden Berdasarkan Usia.....	48
	4. Responden Pendapatan Per Bulan.....	49
	B. Uji Instrumen Penelitian.....	49
	1. Uji Validitas	49
	2. Uji Reliabilitas.....	51
	C. Analisis Data	52
	D. Uji Hipotesis Penelitian.....	54
	1. Analisis Regresi Linier Berganda	54
	2. Nilai Koefisien Determinasi (R ²)	55
	3. Uji F.....	55
	4. Uji t.....	57
	E. Pembahasan	61
	1. Pengaruh Harga Terhadap Kepuasan Pelanggan	61
	2. Pengaruh Citra Merek Terhadap Kepuasan Pelanggan	62
	3. Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Kepuasan Pelanggan	63
BAB V	PENUTUP	64
	A. Kesimpulan.....	64
	B. Keterbatasan Penelitian	64
	C. Saran.....	65

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

DAFTAR TABEL

Tabel 4. 1	Deskripsi Responden Menurut Jenis Kelamin	47
Tabel 4. 2	Karakteristik Responden Berdasarkan Pendidikan Yang Ditempuh	48
Tabel 4. 3	Karakteristik Responden Berdasarkan Usia	48
Tabel 4. 4	Karakteristik Responden Pendapatan Per Bulan	49
Tabel 4. 5	Hasil Pengujian Validitas	50
Tabel 4. 6	Hasil Uji Reliabilitas	51
Tabel 4. 7	Uji Normalitas	52
Tabel 4. 8	Uji Multikolinieritas	53
Tabel 4. 9	Uji Heteroskedastisitas	53
Tabel 4. 10	Hasil Uji Regresi Linier Berganda	54

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Pemikiran	30
Gambar 4. 1	Uji F.....	56
Gambar 4. 2	Kriteria Pengujian.....	58
Gambar 4. 3	Kriteria Pengujian.....	59
Gambar 4. 4	Kriteria Pengujian.....	60

DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 Data Hasil Kuesioner Penelitian
- Lampiran 3 Hasil Pengujian Statistik